

HACIA LA INCLUSIÓN DIGITAL: PUESTA EN VALOR DEL CONOCIMIENTO DEL SECTOR ASOCIATIVO

Zanfrillo Alicia*

RESUMEN:

El propósito del trabajo consiste en analizar la transferencia de tecnología – conocimientos, saberes prácticos, metodologías– llevada a cabo en el sector asociativo de la ciudad de Mar del Plata de la República Argentina, en el marco de un proyecto de Voluntariado Universitario. La experiencia tuvo como propósito valorizar el conocimiento real del sector y se aprovechó la oportunidad que ofrecen las tecnologías, para socializar experiencias en una comunidad de práctica virtual. Si bien la adopción de tecnologías por los agentes de economía social es creciente, aún resulta incipiente, con un gran desconocimiento del potencial de la participación en espacios no presenciales, desde un rol que supere la etapa de visibilización de la actividad productiva. La sustentabilidad de los emprendimientos requiere no sólo de condiciones del entorno y económicas para su éxito, sino que demanda un capital cultural en los agentes de economía social desarrollado en base a negociación de significados, valores compartidos y construcción de conocimiento relacional, situado y experiencial en pos de una inclusión más extensiva e intensiva. La problemática subyacente es la falta de equidad en el acceso a la información y el conocimiento por los agentes de economía social que, aunque hayan superado en gran medida las brechas de acceso a las tecnologías aún mantienen las diferencias en la aplicación de conocimientos para su uso y en las competencias necesarias. Se utilizó una estrategia cualitativa, de tipo exploratoria-descriptiva, con aplicación de entrevistas. El análisis –basado en el sentido cognitivo de las competencias y la producción de conocimiento mediada por tecnologías– devela que el sector no asume su propia práctica como un bien transferible ni es objeto de reconocimiento; sí valoriza el rol de las instituciones en la consolidación de formas asociativas y la interacción con sus pares en el agregado de valor y promoción de sus bienes.

Palabras Clave: transferencia de tecnología, comunidad de práctica, TIC, tercer sector.

Recibido: 01/02/15 Aceptado: 01/02/15

Artículo presentado por:

*Zanfrillo Alicia e-mail: aliciazanfrillo@gmail.com Universidad Nacional de Mar del Plata
IV Seminario de Gestión Tecnológica ALTEC - LUZ 2014

TO DIGITAL INCLUSION: ENHANCEMENT OF KNOWLEDGE OF SECTOR ASSOCIATIVE

ABSTRACT:

The purpose of this paper is to analyze the transfer of technology (knowledge, practical knowledge, and methodologies) carried out in the voluntary sector at the city of Mar del Plata, Argentina, as part of a University Volunteer Project. The experience had the purpose of valorize the real knowledge of the sector and took the opportunity offered by the technologies, for socializing experiences in a community of virtual practice.

Although the adoption of technologies by agents of social economy is growing, it is still incipient, with great potential lack of knowledge of the participation in non-face spaces, from a role that exceeds the stage of visibility of production. The enterprises' sustainability requires not only economic and environmental conditions for their success, also demands a cultural capital in the agents of social economy developed based on negotiation of meaning, shared values and build relational knowledge, situated and experiential in towards more extensive and intensive inclusion. The underlying problem is the lack of equity in access to information and knowledge by the agents of social economy that, although they have greatly exceeded the gaps in access to technology, still remain differences in the application of knowledge for use and necessary skills. A qualitative approach, an exploratory-descriptive type, was used with application of interviews. The analysis (based on the cognitive sense of competence and knowledge production mediated technologies) reveals that the sector does not assume their own practice as a transferable commodity nor is the object of recognition; yes values the role of institutions in the consolidation of associations and interaction with their peers in value addition and promotion of their goods.

Keywords: technology transfer, community of practice, ICT, third sector.

Introducción

Se ha incorporado en las agendas universitarias desde comienzos de la década de los noventa la problemática de las relaciones de las universidades con el medio y su papel en el proceso de innovación tecnológica. Si bien las universidades han comprendido la necesidad de intensificar estas relaciones, ya

sea por falta de conocimiento del medio empresarial, o de apoyo técnico, o por condicionamientos institucionales de la propia universidad, las estrategias empleadas han tenido resultados dispares en lograr relaciones eficaces (Fernández de Lucio et al, 2000). Las problemáticas subyacentes aluden al carácter burocrático de las instituciones de educación superior

en la formalización del vínculo con las empresas, a la escasez de pertinencia de la oferta tecnológica para satisfacer la demanda del medio, a la falta de correspondencia entre las capacidades productivas y científicas entre éstas instituciones y el territorio y, a las deficiencias en los canales de comunicación establecidos entre los diferentes actores (Fernández de Lucio et al, 2000 y Vega Jurado et al, 2006).

La vinculación de la universidad con el medio no se agota en el sector empresarial. La denominada tercera misión expande el alcance hacia la sociedad en general. Las problemáticas subyacentes en esta relación no resultan ajenas a las anteriormente mencionadas, se añaden además, aquellas centradas en la gestión de un tipo de instituciones con un marcado crecimiento en el último lustro y en el capital cultural de los destinatarios para la apropiación de la tecnología, es decir en las diferencias radicadas en la dimensión social de las tecnologías y en las capacidades de gestión del emprendimiento productivo.

Bajo el supuesto de instituciones ideales en el análisis de la vinculación y por consiguiente de una visión ejemplar, un “deber ser” sobre la efectividad de la relación que, instanciada en la realidad, proclama una diversidad de situaciones diferentes, se localizan en la extensión universitaria otro tipo de

organizaciones y de destinatarios individuales, así como un ámbito de transferencia tanto formal como informal que permea la nueva construcción de conocimiento mediada por las imágenes y las tecnologías (Link et al, 2007: 642-643 y Martín-Barbero, 2003).

En el estudio de transferencia de tecnología al tercer sector, aquellos que se encuentran nucleados bajo formas asociativas y cooperativas, dos interrogantes se plantean como preguntas de investigación del presente trabajo: ¿cuáles son las competencias que deben desarrollar para hacer frente a los desafíos que supone la apropiación de tecnología? y ¿cuáles son los rasgos de la nueva producción de conocimientos en los entornos virtuales?

Se analiza por una parte, la percepción de los agentes receptores de transferencia de tecnología o transferencia de conocimiento desde las instituciones que conforman la Mesa de Economía Social de la Municipalidad del Partido de General Pueyrredon en las experiencias de exposición de productos y servicios y de formación realizadas en el año 2013 y, por otra, las competencias desarrolladas en dicho lapso. Se indaga desde una perspectiva evaluativa, el impacto en el corto plazo y desde una perspectiva formativa, el tipo de competencias que se requieren.

Aspectos conceptuales

Davenport y Prusak (2001) reconocen al conocimiento como fuente de ventaja competitiva de las organizaciones, en realidad, como la única fuente. En el escenario actual, complejo y dinámico en que se desenvuelven las organizaciones, el nuevo rol determinante del conocimiento como factor de la función de producción implica que las capacidades para transferirlo se tornan críticas.

Así como el conocimiento reemplazó al trabajo y al capital en los factores críticos, las capacidades de aprendizaje, centradas en la creación, almacenamiento, difusión y transferencia del conocimiento resultan hoy distintivas para el desarrollo, favoreciendo la productividad de las organizaciones desde "la capacidad que tengan los diferentes actores para interactuar y consolidar redes de aprendizaje que fortalezcan la capacidad científico-tecnológica de un territorio" (Vega Jurado et al, 2011).

Concebida inicialmente la tecnología como resultado de un proceso y ceñida al ámbito de las ciencias duras, la concepción actual involucra "una forma de hacer cosas que implica a la vez un objetivo, un modo y un saber". Imbricadas absolutamente tecnología y conocimiento, entendida la primera como una configuración, se hallan ambas unidas en el proceso de

transferencia por los factores sociales que están involucrados (Castro Martínez et al, 2006: 1-2).

La transferencia de tecnología se define de diferentes maneras según la disciplina en que se enmarca la actividad. Este concepto complejo, multidimensional, implica la difusión de conocimiento y su aplicación a fin de brindar soluciones a problemas concretos y permite al sector privado obtener "... el acceso a los avances tecnológicos desarrollados por los científicos, a través del traslado de dichos desarrollos a las empresas productivas para su transformación en bienes, procesos y servicios útiles, aprovechables comercialmente" (López et al, 2006).

El conocimiento científico y tecnológico que se genera en las instituciones de educación superior y centros de I+D se incorpora en el tejido social y productivo como vehículo de la innovación, principalmente a través de patentes, proyectos de investigación concertadas y desarrollos tecnológicos establecidos bajo acuerdos y convenios que presuponen un pago.

La medición acostumbrada a través de los índices de impacto de las publicaciones científicas internacionales no refleja cabalmente objetivos estratégicos de liderazgo en economías basadas en el conocimiento, situación particular para la comunidad científica europea, a diferencia de EEUU y

Japón. A pesar que éstos índices resultan altos, “el conocimiento que generan apenas se transfiere a las empresas e industrias” (Echeverría Ezponda, 2008: 539-540).

Tradicionalmente, el sector productivo constituye el principal receptor de la producción de conocimiento, sin embargo, la denominada tercera misión de la universidad no está exenta de incorporar actores propios, que se suman a una economía basada en el conocimiento. En la vinculación entre la institución de educación superior y la diversidad de organizaciones con las que se relaciona, tanto la transferencia de conocimientos como la modalidad de transferencia, de tipo informal, resultan menos visibles que aquellas denotadas a través de patentes y cursos específicos de capacitación (Link et al, 2007: 643-4).

El término transferencia de tecnología se amplía desde fines de la década del '90 a partir de los estudios referidos a la economía del conocimiento, atendiendo tanto a los productos como al proceso de producción, a la transferencia de conocimientos en el desarrollo de productos con existencia física así como virtual, es decir “el producto físico y el conocimiento ligado al mismo” favoreciendo la aplicación del término “transferencia de conocimiento” (Castro Martínez et al, 2006: 3).

Estos aspectos sobre el producto a ser transferido, permiten incorporar otros ámbitos de análisis centrados en disciplinas sociales y humanas que se vinculan más fácilmente con aquellos que no poseen entidad física. Este tipo de productos – software, imágenes, aplicativos- proponen diferentes rasgos para la producción de conocimiento (Rueda Ortiz, 2003: 168 y ss.):

- la hipertextualidad significa acceso interactivo a cualquier contenido desde cualquier parte enlazando grandes espacios de búsqueda,
- la interactividad implica que el usuario adopte un rol de prosumidor de los contenidos, en su utilización y producción, en un formato de acceso exento de secuencial,
- la conectividad se expone a través de las interacciones que realizan los individuos en la configuración de su identidad -múltiple, compleja-, en la extensión de nuestra percepción y la de los otros.

Martín Barbero (2003) plantea la recreación de un tipo de competencias dirigidas a un cambio en la circulación de los saberes, asociadas con los conceptos de: (I) hábitos, –como competencia cultural en la integración de experiencias pasadas, trayectoria cultural y los modos de adquirir esas percepciones- y (II) práctica, como aquellos saberes necesarios para el “saber hacer”, a través de esquemas de operación y operadores de apropiación.

Se conjugan así tres aspectos de interés para este trabajo: la transferencia de conocimiento, las competencias de aprendizaje en la redefinición de las competencias cognitivas y la modalidad de transferencia del tipo informal.

Metodología

Se abordó un estudio de tipo exploratorio con enfoque cualitativo centrado en un análisis de competencias desde una perspectiva constructivista para lograr la identificación y descripción de competencias en la apropiación de tecnologías por grupos asociativos y cooperativos del Partido de General Pueyrredon de la provincia de Buenos Aires, República Argentina, en el año 2013 (Rués, 2008). La opción metodológica se basa en la elección del paradigma interpretativo, con el propósito de comprender la naturaleza de la apropiación de tecnología que se realiza en los destinatarios.

La técnica empleada en la investigación es la entrevista, que pretende comprender la diversidad de competencias que se establecen para el uso efectivo de los conocimientos que son transferidos por las organizaciones a través de diversos mecanismos, en particular, la formación –a través de cursos y jornadas–, el asesoramiento –talleres y reuniones específicas– y, la promoción de la actividad productiva –en la organización de

eventos y ferias–. La muestra del estudio comprende emprendedores de economía social y solidaria del Partido de General Pueyrredon que han constituido o se encuentran en la etapa de formalización de entidades asociativas y cooperativas durante el año 2013. Se realizaron ocho entrevistas en profundidad situada la actividad productiva en los sectores primario, terciario y cuaternario, dedicadas a la elaboración de productos textiles, artesanales, lácteos, agroecológicos, alimenticios y servicios de capacitación.

Un conjunto de organizaciones a nivel nacional, regional y local aúnan esfuerzos en la colaboración del desarrollo de este colectivo a través de la Mesa de Economía Social dependiente de la Subsecretaría de Desarrollo Productivo, Asuntos Agrarios y Economía Social de la Municipalidad del Partido de General Pueyrredon. Esta estructura posibilita la organización conjunta de actividades para la promoción y el desarrollo de los emprendimientos de economía social y solidaria.

La construcción de la muestra se realizó en base a los criterios de antigüedad en la actividad, forma organizativa y tipo de emprendimiento, considerando que las mujeres son las artífices principales de ésta modalidad de quehacer productivo así como el desarrollo artesanal y alimentario tienen una fuerte presencia en la región.

La entrevista se desarrolló por medio de un guión estructurado en tres bloques de preguntas que se corresponden con los siguientes objetivos: (I) describir el tipo de emprendimiento y forma asociativa en las relaciones con sus pares, (II) indagar sobre las modalidades y características de los mecanismos de transferencia de conocimientos y tecnologías y (III) explorar sobre la producción del conocimiento y tecnologías para el desarrollo y promoción de su actividad productiva.

El texto de las entrevistas fue procesado con un software para el análisis de datos cualitativo específico a fin de establecer las citas y codificaciones que responden a las estructuras principales del guión, en consonancia con las líneas teóricas propuestas para el análisis. Algunas de las entrevistas pudieron registrarse en formato multimedial, que facilitó el desarrollo de materiales específicos para nutrir diferentes espacios de opinión y reflexión. Se desarrollaron una serie de etapas desde la codificación de los materiales —obtenidos en diversos formatos—: categorización, relación, integración, modelización y teorización (Mendicoa, 2003 y Condie, 2011).

El análisis se inscribe en la siguiente base teórica:

- atributos distinguibles en la actual producción de conocimientos: hipertextualidad, interactividad y

conectividad (Rueda Ortiz, 2003)

- competencia en su sentido cognitivo: (I) hábitos, que incluye los rasgos propios de la cultura en los contenidos impartidos, enriquecidos por el lenguaje, las pautas y normas de conducta, los hábitos y la transmisión de la experiencia en su sentido más amplio (Martín-Barbero, 2005:48-49) y (II) práctica, a través de los esquemas de operación y operadores de apropiación,
- clasificación de competencias propuesta por Bunk (1994): (I) competencia técnica, dominio experto de las tareas y contenidos de su ámbito de trabajo; (II) competencia metodológica, aplicación adecuada de los procedimientos a las tareas asignadas; (III) competencias social, colaboración con otras personas de forma comunicativa y constructiva, con un comportamiento orientado al grupo y un entendimiento interpersonal, y (IV) competencia participativa, integración de su entorno de trabajo, organización, capacidad de decisión y aceptación de responsabilidades.

La investigación empírica realizada explora en una única etapa, el desarrollo y consecuencias de la transferencia de conocimientos y tecnologías sobre un conjunto de emprendedores que se nuclean en diferentes entidades de la economía social y solidaria, que incluye además, la identificación de atributos característico de la nueva

producción de conocimiento que se genera a través de las tecnologías de la información y de la comunicación.

Resultados

Las opiniones de los emprendedores relevadas a través del estudio empírico sobre la dinámica de diferentes situaciones que facilitaron la apropiación de conocimientos y tecnología se resumen en tres esquemas de categorías de análisis sobre competencias, atributos distinguibles en la producción de conocimiento y el sentido cognitivo de las competencias. Las competencias y atributos mencionados se analizan en el marco de las experiencias formativas y de interacción en los entornos virtuales ya sea formales o informales.

En el estudio realizado, se observan asimetrías en el uso de las tecnologías. Mientras que una postura es la de usuario novel, que se caracteriza por la adquisición de los primeros conocimientos referidos al uso de las tecnologías, por otra parte se presenta un usuario avanzado que las aplica a problemáticas y oportunidades que se presentan en su emprendimiento, en el agregado de valor para el reconocimiento de su marca, en un incipiente paso hacia el resguardo de la producción multimedial y el afianzamiento de vínculos (Tabla 1). La motivación para la adquisición de los conocimientos necesarios para el uso y aplicación de las tecnologías radica principalmente

en la intensa búsqueda que realizan de: a) potenciales clientes para sus productos y servicios y b) conocimiento específico para el agregado de valor a su emprendimiento productivo. Esta motivación los lleva a participar de diferentes instancias formativas propuestas por las organizaciones que integran la Mesa de Economía Social, a nuclearse bajo formas asociativas y a transferir el conocimiento aprendido (Tabla 1).

En el análisis de competencias se observa que la transferencia de conocimientos no se circunscribe a la técnica sino que se presenta la experiencia de los emprendedores para dar mayor énfasis y efectividad a la apropiación del conocimiento. Aquellos emprendedores más avanzados, se nutren de las experiencias y de los vínculos que generan en las diferentes instancias de transmisión del conocimiento y su aplicación en las diferentes realidades de los emprendimientos productivos. Generan y participan en eventos y en grupos de trabajo formales e informales, para presentar problemáticas y obtener soluciones, estrategias y experiencias que les permitan dinamizar su actividad emprendedora.

La integración que se realiza de las herramientas se hace en diferentes contextos, en el formal, a través de la capacitación de las instituciones y otro informal, en su pertenencia grupos y comunidades sustentadas

en las redes virtuales. En ambos casos, las experiencias son situadas, con socialización de experiencias y en el marco de los objetivos de su actividad productiva. La apropiación del saber instrumental sobre el uso se realiza integrada con las competencias cognitivas, socio-culturales, axiológicas y emocionales (Area Moreira y Pessoa, 2012) (Tabla 1).

Las competencias identificadas a través del conjunto de conocimientos, destrezas y aptitudes, se sitúan tanto en el saber hacer como en el saber estar y el saber ser. Se distinguen en particular en este trabajo, tanto las competencias técnicas como las participativas. El saber actuar que se desarrolla en una situación específica a partir de una motivación se evidencia fuertemente en la participación en las redes sociales.

Tabla 1. Competencias de los emprendedores expresadas en las interacciones en espacios virtuales y en la formación en tecnologías de la información y comunicación -TIC-

Códigos		Citas
Competencia técnica	Capacidad de uso y aplicación de las TIC	<p><i>"Las imágenes son sacadas con un criterio estético y tratando que denoten lo que se quiere comunicar. Se les coloca marca de agua en primer lugar para que, cada mirada sobre un producto remita al posible cliente a la marca."</i></p> <p><i>"... obtuve herramientas necesarias para ingresar a las redes sociales con éxito, crecí mucho en el área, me di a conocer, contacte gente muy importante y con ganas de ayudar a mi emprendimiento."</i></p> <p><i>"Utilizo mail y Facebook, porque entendí que es necesario aplicarlo en mi emprendimiento, si bien sabía que era necesario, no tenía conocimientos al respecto, carecía de las herramientas necesarias y básicas para la utilización de internet"</i></p> <p><i>"Gracias al curso pude capacitarme en informática, lo básico, simple pero fundamental y necesario para ingresar a las redes sociales. Así lograr que más personas conozcan mi emprendimiento"</i></p>
	Trasciende la formación	<i>"... estar hoy organizando Expos de Emprendedores (...) dando capacitaciones que ellos solicitan"</i>
Competencia metodológica	Solución adaptada a la situación	<p><i>"... obtuve (a través de los cursos de capacitación) herramientas necesarias para ingresar a las redes sociales con éxito, crecí mucho en el área, me di a conocer, contacte gente muy importante y con ganas de ayudar"</i></p> <p><i>"... (presentación digital de la actividad) abriendo un perfil de negocio en Facebook. Comencé de ese modo en primer lugar porque vi muchos otros emprendimientos y negocios que publicaban sus artículos allí, y en segundo lugar por la masividad que logra cada publicación que se realiza."</i></p>

Fuente: Elaboración Propia

La conducta manifiesta en esos espacios da cuenta del saber estar y la identidad construida a partir de la mención destacada de los valores identificados se presenta como el saber ser (Bunk, 1994); (Echeverría, 2002) (Tabla 1). Las competencias se presentan con una densidad similar, destacándose en particular, las técnicas y las participativas,

expresándose así, con mayor interés sobre la capacidad de relación o de organización en la disposición de información y de vinculación con diferentes grupos y las técnicas se sitúan en saberes instrumentales pero también en la adopción de criterios de trabajo en los entornos virtuales (Tabla 1).

Tabla 1 (continuación). Competencias de los emprendedores expresadas en las interacciones en espacios virtuales y en la formación en tecnologías de la información y comunicación -TIC-

Códigos		Citas
Competencia metodológica	Trabajo, planificación y control autónomo	<i>"... algunos de esos grupos de cactus y crasas, que los encuentro por modo virtual, tenemos muy buena conexión, intercambio, se aprende muchísimo, aprendo muchísimo. Hay mucha generosidad en algunos y para mi son muy importantes, muy valiosos para mi, saco muchas herramientas".</i>
Competencia social	Capacidad de adaptación	<i>"... estoy trabajando con un material nuevo en el mercado, el residuo pasivo minero del reciclado del lavado de piedra, un material único y con identidad local, y como todo material nuevo todavía nos queda mucho por aprender, con el cuidado por el medio ambiente, por eso internet me ayudo a conectarme con ceramistas de mucha experiencia y con una gran predisposición para ayudarme."</i>
	Disposición a la cooperación	<i>"La cooperativa no solo tiene el objetivo de concientizar, dar a conocer y revalorar un material propio con identidad local, a nuestra comunidad, sino también brindar la oportunidad a nuestros jóvenes de ser parte de un emprendimiento, no como empleado sino como socio de una cooperativa."</i>
Competencia participativa	Capacidad de relación	<i>"... hice contacto con ceramistas de otras provincias y la verdad jamás pensé el alcance que podía lograr, no solo muestro mis productos, intercambio experiencias y obtengo ayuda para mi emprendimiento" "... por eso Facebook nos brindó una puerta a conectarnos con organizaciones que nos ayudan a cumplir con nuestro trabajo (...) también me permite compartir experiencias con otros ceramistas del país e incluso de otros países interesados en este proyecto y con una predisposición absoluta."</i>
	Capacidad de organización	<i>"Suelo sugerir y a la vez me sugieren páginas que pueden servir, ya sea por capacitación o notas relevantes al área de subsidios, cerámica, cursos, charlas, encuentros."</i>

Fuente: Elaboración Propia

Los nuevos rasgos distinguibles en la participación que realizan los emprendedores en los entornos virtuales se presenta a través del atributo de hipertextualidad conjugando posibilidades de acceso a contenidos específicos, opiniones de expertos, comentarios sobre la actividad emprendedora e imágenes que contribuyen a la visualización de su actividad, en un sentido no lineal y signado por la variedad en el tipo de contenidos que se abordan (Tabla 2).

La hipertextualidad denota el recorrido entre objetos y vínculos que se realiza en la búsqueda de conocimiento que resulte útil para su actividad productiva, tejiendo así en la virtualidad, las posibilidades de consolidación de los vínculos, visible en la estipulación de reglas de pertenencia, promoción de encuentros presenciales y adhesión de nuevos miembros. La interactividad no se desarrolla en una interfaz con contenido prefijado, sino que se va construyendo con base

Tabla 2. Atributo de hipertextualidad en la nueva producción de conocimientos

Códigos		Citas
Hiper-textualidad	Desarrollo de vínculos	<p><i>"Encontré una persona de Ayacucho, que cultiva, que tiene mucha generosidad y que gracias a que él compartió una foto de las macetas que realizo, de golpe, empecé a tener cualquier cantidad de personas que visitaban mi página. Y entre todas esas hay cuatro personas de distintas partes del país que me encargaron macetas. Yo no lo busqué porque tenía muchísimos seguidores, sino que lo busqué para agradecerle la generosidad porque ni sabía."</i></p> <p><i>"Facebook nos brindó una puerta a conectarnos con organizaciones que nos ayudan a cumplir con nuestro trabajo. Por otro lado (...), también me permite compartir experiencias con otros ceramistas del país e incluso de otros países interesados en este proyecto y con una predisposición absoluta."</i></p>
	Proyección	<p><i>"... es muy importante que los alumnos vean cada día su clase reflejada en Facebook y pueden verse desde otro lugar para corregir, para sumar, para poder llegar hacia el lugar que ellos quieren".</i></p> <p><i>"... la herramienta de las redes sociales (...) es una ventana con muy bajo costo que posibilita realizar una carpeta de presentación de quién soy, qué hago, qué es lo que ofrezco y como podés obtener mi producto y creo que por eso es la dinámica que tienen en las redes sociales y el crecimiento que han tenido en cuanto a la dinámica o el desarrollo de los emprendedores".</i></p> <p><i>"Esa generosidad de compartir, de enseñar el cultivo por semillas, de mostrar un injerto, de mostrar como cultivaba los sustratos, él tiene la deferencia de meterse en mi página, ver una foto de mis macetas y publicarla. Este simple hecho hizo que en un día de doscientos "Me gusta" pasara a tener más de trescientos".</i></p>

Fuente: Elaboración Propia

en las demandas de conocimiento e información de los participantes. La consulta se realiza desde el reconocimiento del saber experto del que participa o bien, desde la asignación de valor a la experiencia, como sinónimo de autoridad que delinea los rumbos de la actividad habilitando posibilidades mayores en la visibilidad de la actividad emprendedora (Tabla 3).

La interactividad, como retroalimentación fijada desde diversos esquemas, ya sea emprendedor-emprendedor, emprendedor-cliente o bien, emprendedor-organización (ésta última referida a las actividades de búsqueda de financiamiento, asesoramiento y formación) se inscriben en los espacios virtuales configurando diferentes tipos de relaciones:

Tabla 3. Atributo de interactividad en la nueva producción de conocimientos

Códigos		Citas
Inter-actividad	Transmisión de información y conocimiento	<p><i>"Al compartir algo mío (foto con sus productos en la red social), se me abrieron un montón de puertas"</i></p> <p><i>"... como todo material nuevo todavía nos queda mucho por aprender, con el cuidado por el medio ambiente, por eso internet me ayudó a conectarme con ceramistas de mucha experiencia y con una gran predisposición para ayudarme."</i></p> <p><i>"Muchas veces nos contactan porque tienen dudas de participar de alguna feria o por alguna capacitación específica o gente que quiere empezar a dedicarse a vender lo que producen y dentro de la información que manejamos (...) les brindamos la información".</i></p> <p><i>"... tenemos diferentes estrategias, en cuanto a Facebook tenemos una Fan Page (...) donde solo se comunican los espacios de de capacitación, no solo los que dictamos nosotros sino cuando hay una actividad gratuita que nosotros consideramos de importancia o que pueda ser de interés para los emprendedores o las personas que nos siguen, las publicamos".</i></p> <p><i>"... en el caso de interactuar con otros emprendedores tenemos Facebook (...) donde ahí es la cocina, donde mandamos mensajes, interactuamos, vemos que si algún emprendedor tiene que vender o si está participando de una feria"</i></p>
	Desarrollo de productos	<p><i>"Las imágenes son sacadas con un criterio estético y tratando que denoten lo que se quiere comunicar. Se les coloca marca de agua en primer lugar para que, cada mirada sobre un producto remita al posible cliente a la marca."</i></p> <p><i>"... publico fotos o comentarios del emprendimiento, artículos o temas musicales que intentan ser coherentes con la estética que manejo"</i></p> <p><i>"... abriendo un perfil de negocio en Facebook. Comencé de ese modo en primer lugar porque vi muchos otros emprendimientos y negocios que publicitaban sus artículos allí, y en segundo lugar por la masividad que logra cada publicación que se realiza."</i></p>

Fuente: Elaboración Propia

- emprendedor-emprendedor tiene como extremos aquellos que se vinculan para asociarse o compartir información y novedades y en el otro punto, el emprendedor que se vincula con otro a quien le reconoce experticia para brindar ayuda en el desarrollo de su actividad
- emprendedor-cliente, que presenta una serie de aristas en cuanto a contenidos, información, tono del mensaje y reglas para la establecer la relación
- emprendedor-organización, donde se otorga un rol fundante

a las instituciones como artífices principales en su inclusión productiva, en la sostenibilidad del emprendimiento y en el desarrollo de la participación colectiva a través del agrupamiento en formas asociativas y cooperativas.

Una nueva identidad se gesta en los entornos virtuales, teñida de valores como la generosidad y el respeto por las reglas de participación. Germen para el desarrollo de las futuras comunidades de práctica, estos espacios constituyen ámbitos de socialización de experiencias,

Tabla 4. Atributo de conectividad en la nueva producción de conocimientos

Códigos		Citas
Conectividad	Identidad	<p>"... siempre tratando de ayudar a otros, nosotros somos emprendedores y sabemos lo que cuesta producir un producto"</p> <p>"... cuando a nosotros nos dieron el permiso, jamás se nos hubiera ocurrido en la vida hacer una organización civil, (...) eso ya nos superó ... porque todo lo que vos nos pidás hacer con las manos... pero papeles cero ... entonces empezamos a capacitarnos"</p> <p>"... de hacer mi producto y poder ayudar y crear una asociación donde formemos a otros emprendedores, poder capacitar y ayudar a otros para mí es una meta"</p> <p>"... estar hoy organizando Expos de Emprendedores con el apoyo de Caritas Mar del Plata, dando capacitaciones que ellos solicitan e intentando internalizar el concepto de la no competencia y el no egoísmo entre pares."</p>
	Protocolo	<p>"... generalmente, algunos (grupos) tienen ciertas cláusulas, no sé si sería la palabra, maneras de manejar y controlar el grupo. Cuando integro alguno o leo esas cláusulas, por ahí no se puede hacer comercialización, no se puede promocionar tu emprendimiento, entonces primero respeto las reglas básicas del grupo y en ellos se transmiten muchísimos conocimientos, hay personas con muchísima generosidad".</p>
	Construcción colectiva de conocimiento a partir de la imagen	<p>"Y ahí (grupo de la red social) aprendí desde cómo centrar una planta, aprendí qué clase de sustrato es conveniente para ellos, los nombres ... porque en ese mundo de cactus y crasas y también otras plantas, hay infinidad de variedades, especies ... compartís eso, publicás una foto y por ahí no sabés el género, qué clase de planta es. Alguien te la va a nombrar y te va a decir si se enferma, qué sustrato usar".</p>

Fuente: Elaboración Propia

espacios para la construcción colectiva de alternativas, para la transferencia de conocimiento informal, para la valorización de la práctica y de las reglas de desarrollo de la actividad emprendedora y, para la construcción de valores (Tabla 4).

La construcción de nuevo conocimiento y una mayor

posibilidad de transferencia del mismo, se radica en el uso que se otorga a la imagen como operador de la apropiación bajo el esquema de participación en la red social. La imagen se constituye así en un vehículo para la intermediación de los actores, en la carta de presentación del mismo y en un modo de acercamiento con otros emprendedores (Tabla 4).

Tabla 5. Sentido cognitivo de las competencias: hábitos - competencia cultural

Códigos		Citas
Hábitos - Competencia cultural	Experiencias	<p>"... empiezo a ir (por internet) a algunos grupos de cactus y crasas, que fui dos o tres veces y aprendí enseguida como reproducir y ahí fue que comencé a tener más ganas de dedicarme a esto"</p> <p>"... un día me acerco a la Feria Verde, de ahí me conecto con alguien que pertenece al INTA, voy al INTA. Me abrieron las puertas (...) y entonces le cuento que tenía un par de cactus y que quería pertenecer a algún lugar para vender y me cuenta que dentro de poquito iba a haber una capacitación en cerámica para hacer macetas (...) voy a esa capacitación, que fue maravillosa"</p> <p>"... ahí me brindaron el conocimiento, las herramientas y el material y el empuje durante esos meses de capacitación para que esto no quedara en ese curso, sino para que uno pudiera continuar"</p> <p>"... mis compañeros tuvieron un rol importante también porque mis macetas que eran en ese momento las primeras, con toda su carga emotiva, con todos los errores y mis compañeros veían que yo estaba poniendo toda la energía (...) y me ponderaban"</p>
	Trayectoria cultural	<p>"... estos grupos, lo que estoy notando es que tratan no solamente la parte virtual hacerla realidad, de hacerla presencial, entonces se están juntando. (...) Un ejemplo de no sé ... en La Plata, nos reunimos tal día en tal plaza, hacemos intercambio, el intercambio no es solamente de especies, sino es de conocimiento también. (...) Yo noto que se van formando pequeñas comunidades de cultivadores de cactus y crasas."</p> <p>"... mi vocación es transmitir lo que yo sé (...). Una vez leí que el alumno tiene que superar al profesor. De hecho, creo que mis alumnas lo han conseguido. Mi experiencia personal es empezar a trabajar desde lo más chiquito y desde lo más pequeño haciéndolo muy bien, para llegar a un producto final, que es un producto de excelencia. Ya sea hilando lana, fantasía o empezando con un pañito de fieltro y logrando hacer un sacón o un tapado de excelencia".</p>

Fuente: Elaboración Propia

La competencia cultural se define a través de un intenso y variado abanico de experiencias donde la actividad formativa tiene un papel preponderante en determinar cómo se han apropiado de las tecnologías. Estas actividades formativas a las que hacen alusión, se presentan a través de las instituciones que componen la Mesa de Economía Social y se configuran según la demanda del sector y de las necesidades observadas en el producto y servicio que se ofrece o bien, en las estrategias de promoción que se utilizan (Tabla 5).

Las experiencias que resultan de interés, se centran en el acercamiento a las instituciones para la búsqueda de información, asesoramiento, financiamiento y capacitación o bien, en la pertenencia para la inscripción en eventos feriales y de exposición. A partir del primer contacto, las interacciones siguen diversas vías, donde la propuesta virtual se combina con la capacitación y la suscripción a espacios virtuales como estrategias de promoción y formación (Tabla 5).

La construcción de su identidad se tiñe de la disposición para la transferencia de conocimientos hacia otros emprendedores, que recién se inician en la actividad o dominan en forma incipiente el desarrollo de una técnica específica para su actividad productiva o bien, una estrategia de comercialización de sus productos. Combinan el

desarrollo de vínculos en el espacio virtual con la consolidación de los mismos a través de la disposición de encuentros presenciales, donde se identifica al conocimiento como uno de los factores del intercambio. La búsqueda de la excelencia para sí y para los que conforman su red de relaciones, por otra parte, signa su actividad, independiente de la magnitud de la obra a realizar (Tabla 5).

A través de los relatos de los emprendedores se observa cómo se ha realizado la apropiación del uso de las herramientas informáticas y los criterios para la interacción en los entornos virtuales, esta conjugación de saberes sigue la línea propuesta para su vida personal, extrapolan así el comportamiento que consideran propio para conducirse en su vida privada en el tratamiento con otras personas en el entorno virtual, estos saberes les posibilitan la incorporación de “nuevos haceres”, que responden a las características de su trayectoria de vida (Martín Barbero, 2003) (Tabla 6).

Se distinguen diferentes técnicas incorporadas por los emprendedores como conocimientos previos, que sirven de facilitadores para la incorporación de nuevas modalidades de trabajo. Si esta condición no se presenta, se recurre a la capacidad de relación como facilitador para el posicionamiento personal y del emprendimiento productivo. La pertenencia a

grupos, la adhesión a instituciones resultan ser los operadores que se constituyen en los espacios virtuales, para favorecer el desarrollo de la competencia cultural (Tabla 7).

Así, los grupos de interés definidos en las redes sociales, las comunidades de práctica, los foros de opinión y la mensajería que proveen diversas

aplicaciones remiten a estructuras que facilitan la transferencia de conocimiento, en particular, del conocimiento que se transfiere bajo la modalidad informal donde se favorece además, la reflexión sobre la propia práctica (Tabla 7).

Tabla 6. Sentido cognitivo de las competencias: práctica - esquemas de apropiación

Códigos		Citas
Práctica	Esquemas de operación	<p><i>"... generalmente algunos (grupos) tienen ciertas cláusulas, no sé si sería la palabra, maneras de manejar y controlar el grupo. Cuando integro alguno o leo esas cláusulas, por ahí no se puede hacer comercialización, no se puede promocionar tu emprendimiento, entonces primero respeto las reglas básicas del grupo"</i></p> <p><i>"Encontré una persona de Ayacucho, que cultiva, que tiene mucha generosidad y que gracias a que él compartió una foto de las macetas que realizo, de golpe, empecé a tener cualquier cantidad de personas que visitaban mi página. Y entre todas esas hay cuatro personas de distintas partes del país que me encargaron macetas. Yo no lo busqué porque tenía muchísimos seguidores, sino que lo busqué para agradecerle la generosidad porque ni sabía. Esa generosidad de compartir, de enseñar el cultivo por semillas, de mostrar un injerto, de mostrar como cultivaba los sustratos, él tiene la deferencia de meterse en mi página, ver una foto de mis macetas y publicarla. Este simple hecho hizo que en un día de doscientos "Me gusta" pasara a tener más de trescientos. Al compartir algo mío, se me abrieron un montón de puertas".</i></p> <p><i>"He sido una persona muy insegura en el trabajo y siempre me costó valorar lo que yo hacía siempre me parecía que si yo hacía una prenda no iba a estar tan bien como la que había en Rusia o la que yo había visto en Chile. Y de pronto, gracias a estar interactuando con todas estas personas, veo que estamos todos al mismo nivel".</i></p> <p><i>"... muchas veces he trabajado con personas que eran amas de casa que no trabajaban y que por el hecho de dedicarse al hogar se sentían un poco disminuidas. Al asistir a los talleres y poder capacitarse y lograr tener su propio proyecto, su propio emprendimiento al que muchas veces se han sumado sus hijos, su marido. Eso las ha posicionado de una manera muy importante en la vida de ellas, en la vida propia. Muchas veces vienen a los talleres, les ayudo a resolver si ya tienen un aprendizaje en la técnica que yo realizo, a resolver algunos de sus problemas"</i></p>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 7. Sentido cognitivo de las competencias: práctica - operadores de apropiación

Códigos		Citas
Práctica	Operadores de apropiación	<p><i>"... estos grupos, lo que estoy notando es que tratan no solamente la parte virtual hacerla realidad, de hacerla presencial, entonces se están juntando. Te pongo un ejemplo de no sé ... en La Plata, nos reunimos tal día en tal plaza, hacemos intercambio, el intercambio no es solamente de especies sino es de conocimiento también. Y me parece una herramienta maravillosa, porque yo noto que se van formando pequeñas comunidades de cultivadores de cactus y crasas."</i></p> <p><i>"... muchas veces he trabajado con personas que eran amas de casa que no trabajaban y que por el hecho de dedicarse al hogar se sentían un poco disminuidas. Al asistir a los talleres y poder capacitarse y lograr tener su propio proyecto, su propio emprendimiento al que muchas veces se han sumado sus hijos, su marido. Eso las ha posicionado de una manera muy importante en la vida de ellas, en la vida propia. Muchas veces vienen a los talleres, les ayudo a resolver si ya tienen un aprendizaje en la técnica que yo realizo, a resolver algunos de sus problemas, es muy importante que los alumnos ven cada día su clase reflejada en Facebook y pueden verse desde otro lugar para corregir, para sumar, para poder llegar hacia el lugar que ellos quieren".</i></p>

Fuente: Elaboración Propia

Conclusiones

Dado el propósito del trabajo de presentar un análisis sobre la transferencia de tecnología que se realiza a emprendedores desde los ámbitos formales de formación provistos por las instituciones de la Mesa de Economía Social dependiente de la Municipalidad del Partido de General Pueyrredon y en espacios informales mediados por la presencia, pertenencia a grupos y comunidades sobre las redes sociales digitales, se observa un desarrollo de competencias signado por la forma en que se han apropiado de las tecnologías.

En primer lugar, la transferencia que se realiza se basa en la transmisión de conocimientos a través de la formación, a través de la consulta a pares o expertos o a través de la aplicación de conocimientos para la resolución de problemáticas planteadas. Se sitúa en la interacción que realizan en los entornos virtuales, donde su participación se relaciona además con la construcción de la identidad individual y colectiva presente en la identificación de pautas culturales, códigos y valores. En segundo lugar, la producción de conocimientos se localiza preferentemente en los entornos virtuales a través de las imágenes.

Esta forma de mediación entre los actores, actúa de disparador para la colaboración, para la participación y para la construcción colectiva de conocimiento así como sienta las bases futuras para la definición de nuevas estrategias de posicionamiento para el emprendimiento.

En tercer lugar, se identifican diferentes operadores como los grupos de interés y las comunidades de práctica que facilitan la apropiación de conocimientos. En general, se visibiliza la formación en tecnologías y la participación digital, propicias para situar la práctica de los emprendedores bajo la característica de conectividad, en la valoración de la propia práctica y en la búsqueda de colaboración para el sostenimiento y desarrollo de la actividad.

Se reconoce la importancia de las costumbres y de los valores de las personas: Cabero (2006: 8) denomina a la incorporación de rasgos culturales, “la creación de un sentimiento de comunidad”, que resulta visible en las prácticas que llevan adelante para las actividades de promoción, de organización de eventos y de constitución de entidades. La inclusión de rasgos propios de la actividad y de la región a través de códigos, lenguaje, soportes de información, prácticas, etc., que se visualizan en formatos de presentación, tipo de comentarios, tono de las opiniones, etc.

favorecen actitudes de respeto, de responsabilidad y de colaboración. Experiencias y memorias, se entrecruzan en el ámbito virtual, tejiendo una red de vínculos que desde los conocimientos que los emprendedores poseen sobre la participación en dichos entornos, posibilita la creatividad, en definitiva la capacidad de innovación del colectivo. La cual resulta visible en la proyección de su actividad, en la iniciativa de formación para los que se inician en la actividad y para las diversas demandas que se reciben, en la evaluación de su emprendimiento y en el estándar de excelencia que se adopta.

La transferencia de conocimientos que se realiza al sector, está imbuida de valores y rasgos de la región y de las instituciones que participan. En los ámbitos virtuales, dicha transferencia se amplía, se diversifica y se posibilita la construcción no solo de conocimientos y vínculos mediados por la imagen, sino que se contribuye a la creación de rasgos de identidad de la comunidad emprendedora, como la generosidad, la colaboración, el respeto y el cuidado del medio ambiente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ÁREA, M.; PESSOA, T. (2012). De lo sólido a lo líquido: las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web 2.0. *Comunicar*, vol. 38, n. XIX, pp. 13-20.

BUNK, G. P. (1994). La transmisión de las competencias en la formación y el perfeccionamiento profesionales de la RFA. *Revista Europea de Formación Profesional*, vol. 1, pp. 8-14. Berlín: CEDEFOP.

CABERO, J. (2006). Bases pedagógicas del e-learning. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)*, vol. 3, n. 1, pp. 1-10. UOC. Disponible en: <<http://www.uoc.edu/rusc/3/1/dt/esp/cabero.pdf>> [Consulta: 20 mayo 2014]

CASTRO MARTINEZ, Elena; FERNÁNDEZ de LUCIO, Ignacio; PÉREZ MARÍN, Marián; CRIADO BOADO, Felipe (2006). Una aproximación a las características de la transferencia de conocimientos en Humanidades y Ciencias Sociales. A. Ibarra, J. Castro y L. Rocca (eds.) "Las ciencias sociales y las humanidades en los sistemas de innovación". Guipuzkoa: Universidad del País Vasco, pp. 97 – 113.

CASTRO MARTINEZ, Elena; VEGA JURADO, Jaider (2009). Las relaciones universidad-entornosocioeconómico en el Espaciolberoamericano del Conocimiento. *Rev. iberoam. cienc. tecnol. soc.*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, v. 4, n. 12, abr. . Disponible en <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1850-00132009000100008&lng=es&nrm=iso> [Consulta: 20 mayo 2014]

CONDIE, J. (2011). Analysing qualitative data using Microsoft Word. *Qualitative Methods in Psychology (QMIP)*. Disponible en: <<http://www.slideshare.net/jennacondie/analysing-qualitative-data-using-microsoft-word-final-8556501>> [Consulta: 20 mayo 2014]

DAVENPORT, T.; PRUSAK, L. (2001). *Conocimiento en Acción. Cómo las organizaciones manejan lo que saben*. Buenos Aires: Pearson Education.

ECHEVERRÍA EZPONDA, Javier (2008). Transferencia de conocimiento entre comunidades científicas. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, CLXXXIV, 731, mayo-junio, pp. 539-548.

ECHEVERRÍA SAMANES, B. (2002). Gestión de la competencia de Acción Profesional. *Revista de Investigación Educativa – RIE*, vol. 20, n. 1, pp. 7-46.

FERNÁNDEZ de LUCIO, Ignacio; CASTRO MARTÍNEZ, Elena; CONESA CEGARRA, Fernando; GUTIÉRREZ GRACIA, Antonio (2000). Las relaciones universidad-empresa: entre la transferencia de resultados y el aprendizaje regional. *Espacios*, vol. 21 (2).

LINK, Albert N.; SIEGEL, Donald S.; Bozeman, Barry (2007). An empirical analysis of the propensity of academics to engage in informal university technology transfer. *Industrial and Corporate Change*, vol. 16 (4), pp. 641-655.

LÓPEZ G. María del Socorro; MEJÍA C., Juan Carlos; SCHMAL S. Rodolfo (2006). Un Acercamiento al Concepto de la Transferencia de Tecnología en las Universidades y sus Diferentes Manifestaciones. *Panorama Socioeconómico*, año 24, n. 32, p. 70-81, enero-junio.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (2003). Saberes hoy: dissemination, competencias y transversalidades. *Revista Iberoamericana de Educación*, n. 32, mayo-agosto.

MENDICOA, G. (2003). Sobre tesis y tesisas: lecciones de enseñanza – aprendizaje. Buenos Aires: Espacio.

RUÉ, Joan (2008). Formar en competencias en la universidad: entre la relevancia y la banalidad [en línea] In: RED U, *Revista de Docencia Universitaria*, 1, <<http://www.um.es/ead/Red_U/m1/rue.pdf>> [Consulta: 10 jun. 2014]

RUEDA ORTIZ, Rocío (2003). Para una pedagogía del hipertexto: Una teoría entre la deconstrucción y la complejidad. Universidad de las Islas Baleares. Facultad de Educación. Departamento de Ciencias de la Educación. Tesis doctoral.

VEGA JURADO, Jaider; MANJARRÉS HENRÍQUEZ, Liney, Castro Martínez, Elena; FERNÁNDEZ de LUCIO, Ignacio (2011). Las relaciones universidad-empresa: tendencias y desafíos en el marco del Espacio Iberoamericano del Conocimiento. *Revista Ibero-Americana de Educación*, n. 57, septiembre-diciembre.